

跨境电商平台促进全球普惠贸易：理论机制、典型事实和政策建议

张洪胜 张小龙

(浙江大学中国数字贸易研究院, 浙江 杭州 310058)

摘要: 传统国际贸易中, 高昂的进入成本、复杂的海关流程和较大的风险成本限制中小企业直接参与国际贸易。信息技术催生了各类跨境电商平台, 新冠肺炎疫情加速了数字经济和数字贸易的强势崛起。作为新型贸易中介的跨境电商平台吸引大批中小卖家入驻, 推动全球贸易包容性增长。本文以跨境电商平台为切入点, 着重分析跨境电商平台促进全球普惠贸易发展的理论机制和典型事实: 跨境电商平台在贸易成本、交易流程、模式创新和服务贸易等方面具有明显优势; 全球普惠贸易呈现出全方位、多层次和宽领域的发展态势; 全球普惠贸易面临诸多内外部挑战。在上述分析的基础上进一步提出推动跨境电商平台和全球普惠贸易发展的针对性政策建议。

关键词: 跨境电商平台; 全球普惠贸易; 新型贸易中介; 中小企业

中图分类号: F710

文献标识码: A

文章编号: 1006-1894 (2021) 04-0074-13

一、引言

以比较优势为核心的传统国际贸易理论带来全球范围内资源的优化配置, 同时也使得国家间的发展差距愈来愈大。一方面, 各国出口有比较优势的产品, 进口有比较劣势的产品, 获得专业化分工以提高劳动生产率, 但这种贸易模式更有利于发达经济体, 非洲和拉丁美洲很多发展中国家在传统自由贸易国际分工中陷入分工固化的增长陷阱, 在与其他国家激烈的竞争中, 经济始终没有跳出单一产品的增长陷阱, 与发达国家的差距越来越大; 另一方面, 根据规模经济理论, 本国具有比较优势的产业通常由大企业掌控, 导致传统国际贸易基本上由大企业主导, 中小企业只能附属于大企业, 无法直接参与国际贸易。根据美国国家统计局 2015 年的外贸出口数据, 大企业 (超过 500 位员工) 在外贸出口中占比高达 67%, 处于绝对优势 (Xiang, 2019)。Rodrik (2017) 认为, 这种贸易不平衡促成近期民粹主义的崛起, 如英国脱欧、特朗普赢得总统选举。截至 2018 年底, 中国中小企业的数量超过 3,000 万家, 贡献 50% 以上的税收、60% 以上的 GDP、70% 以上的技术创新成果和

作者简介: 张洪胜, 浙江大学中国数字贸易研究院讲师, 硕士生导师, 研究方向: 数字经济与数字贸易; 张小龙, 浙江大学中国数字贸易研究院硕士研究生, 研究方向: 数字贸易。

基金项目: 国家自然科学基金青年项目 (项目编号: 71803173); 教育部人文社会科学研究青年基金项目 (项目编号: 18YJC790215、20YJC790146); 浙江省自然科学基金青年项目 (项目编号: LY20G030019)。

80% 以上的劳动力就业。^①作为稳定就业的主力军和压舱石,中小企业却由于自身规模小、风险承担能力弱、国际贸易进入成本高等原因,很难直接参与国际贸易、分享自由贸易的红利。

互联网的应用以及跨境电商平台的出现有效缓解了贸易不平衡问题。跨境电商平台作为新型贸易中介,突破时空限制,降低国际贸易成本;创新贸易模式,缩短外贸交易链条;加强贸易网络化,深化贸易数字化服务;促使更多中小企业甚至个体都能够平等直接参与国际贸易,推动全球普惠贸易深入发展,有效缓解传统国际贸易不平衡问题。尤其是近年来,跨境电商平台依托互联网、云计算、大数据等数字技术实现高速发展,已成为全球经济社会发展的新动力和新引擎。全球跨境电商交易额预计将从 2016 年的 4,000 亿美元增长到 2021 年的 12,500 亿美元,同比增长 26%。^②2019 年中国跨境电商市场规模达 10.5 万亿元,同比增长 16.66%。^③越来越多的中小企业入驻跨境电商平台,在增进自身福利的同时充分满足全球消费者个性需求。

全球普惠贸易呈现出更多中小企业参与、数字技术应用更广泛、消费者个性偏好不断被满足的发展态势,但同时也面临来自跨境物流发展滞后、售后服务体系缺失、贸易保护主义冲击等各方面的挑战。因此,各国必须加强合作,协调构建更完善的监管体系。

二、文献回顾

(一) 跨境电商平台文献回顾

一部分研究集中在跨境电商平台降低贸易成本方面。跨境电商平台有效降低贸易成本 (Caroline et al, 2004) 已经在学界形成广泛共识。Xiang (2019) 认为跨境电商平台降低了中小企业参与国际贸易的初始出口进入成本和出口可变成本。Melitz (2003) 和马述忠等 (2019) 也认为跨境电商平台的发展降低企业从事国际贸易所需的固定成本。Lendle 等 (2016) 认为跨境电商平台上的海量商品大大降低消费者搜寻成本。Hortaçsu 等 (2009) 发现跨境电商平台模式使得地理距离在经典贸易引力模型中的作用大幅降低。Duch-Brown (2018) 发现欧洲在线出口商的生产率比非在线出口商高约 2%。也有研究发现,诸如语言和文化差异、制度规则差异和跨境支付差异等所造成的贸易成本依然存在 (Gomez-Herrera et al, 2014)。

一部分学者关注跨境电商平台这种新模式的典型特点。鄂立彬和黄永稳 (2014) 指出跨境电商平台在交易环节、产业链条、运营成本、产品差异等方面与传统贸易方

① <http://finance.sina.com.cn/china/gncj/2019-09-20/doc-iicezueu7164785.shtml>.

② https://www.sohu.com/a/439443010_120505321.

③ 数据来源:海关总署。

式不同。这种模式有助于促进多边贸易发展、优化配置多边资源、推动外贸转向差异化竞争、促进新型服务贸易发展、提升企业国际化营销水平（王惠敏，2014）。任志新和李婉香（2014）也认为，跨境电商平台有助于促进专业外贸服务升级，外贸方式向直销转型，外贸企业向小单、多生产模式转型，外贸企业向品牌和产品创新转型。各类跨境电商平台诸如 B2B、B2C、C2C 等相继出现，既增加市场的多样性，同时又对传统国际贸易格局产生深远影响（Ma et al, 2018）。

一部分学者着重研究跨境电商平台发展所面临的诸多挑战。Hensher 等（2015）认为跨境物流发展滞后严重阻碍跨境电子商务发展。Zhang 和 Figliozzi（2010）则从中国跨境物流现状出发，认为高成本、低效率、先进技术使用率低等限制中国跨境物流的发展，影响全球普惠贸易深入发展。对此很多学者也提出对策，比如，通过优化海外仓库管理模式来降低存储成本（Shi et al, 2020），建设自由贸易区来简化海关流程，进行跨境物流创新。也有部分研究集中在海关监管体系（李向阳，2017）、售后评价体系和跨境支付体系等方面。

（二）全球普惠贸易文献回顾

关于全球普惠贸易方面的研究比较少，且现有研究大部分集中在普惠贸易的概念界定、典型特征等方面。王健和巨程晖（2016）认为，跨境电子商务发展的多频次、小单化、移动化特征标志着普惠贸易趋势的出现。这种普惠性不仅有利于传统贸易中的发达国家，对于发展中国家贸易发展及贸易福利的改善和提升更具有现实意义。也有部分研究从中小企业的角度出发，考察在跨境电商平台的发展下，更多中小企业绕过贸易壁垒，参与到国际贸易中，开拓和发展全球市场。Deng 和 Wang（2016）发现更多中小卖家的入驻会使得先行进入者的优势慢慢消失。比如，跨境电商平台借助价格传导机制影响国内相关商品供求结构，完善行业供应链，推动更多中小企业进入相关行业，减少先行者优势，形成良性循环。

综上所述，现有大部分研究集中在跨境电商平台方面，关于普惠贸易的研究相对较少，以普惠贸易为视角探究跨境电商平台对国际贸易影响的研究更少。笔者认为，普惠贸易是指跨境电商平台作为新型贸易中介，降低了贸易相关成本，增加了全球消费者和企业直接匹配的机会，全球各类中小企业等弱势群体享有更多参与国际贸易的机会，国际贸易呈现包容性增长的态势和格局。普惠贸易背后的理论机制是本文的研究重点，同时在单边主义、贸易保护主义盛行的大背景下，如何进一步推动全球普惠贸易的发展显得格外重要。

三、跨境电商平台促进全球普惠贸易发展：理论机制

跨境电子商务已成为国际贸易新亮点并逐渐重塑国际贸易大格局，特别是在全球局势面临诸多不确定因素、贸易保护主义抬头以及传统外贸增速趋缓的严峻形势下，跨境电商平台赋能更多中小企业，推动全球普惠贸易深入发展。跨境电商平台

促进全球普惠贸易发展的理论机制主要体现在以下几个方面：

（一）降低贸易成本

在贸易进入成本方面，中小企业通过跨境电商平台以更低的成本、更快的速度进入国内外市场，获得与大企业同等的市场竞争机会。许多跨境电商平台不收取入场费，为新入驻商家提供免费培训课程（Wang et al, 2016），企业无需自建实体商店、铺设供应渠道（施炳展，2016），有效降低企业进入门槛和风险成本。

在交易前期的产品宣传成本、调研成本和搜寻成本方面，首先，跨境电商平台突破时空限制，使企业宣传成本更低、宣传范围更广、广告投递更精准，这是传统宣传方式所不能比拟的。其次，较之传统贸易模式中花费较多时间与人力进行市场调研，跨境电商平台享有天然的数据优势。企业通过数据分析细分市场，使目标客户群体更明确、线上广告投放更精准、运营策略更有针对性。最后，跨境电商平台通过提供差异化商品、扩大选择空间、提供多样化信息（Lendle et al, 2016），大幅降低市场搜寻成本。

在交易中期的沟通成本和合同订立成本方面，首先，跨境电商平台提供多种语言服务支持，减少沟通障碍，有助于降低沟通成本（Anderson et al, 2002），提高交易效率。例如，速卖通和敦煌网为来自不同地域的消费群体提供英语、西班牙语、葡萄牙语等多种语言版本，大大降低语言沟通障碍。其次，交易双方进行实时沟通，不仅节省大量人力物力，而且同时与多个企业或消费者沟通，打破一对一的沟通模式，大大拓展交易对象的范围。最后，采用电子化合同使交易更简单、更快捷。

在交易成本方面，首先，跨境电商平台通过降低供应链各环节的交易成本，使得地理距离在经典贸易引力模型中的作用大幅降低。Lendle 等（2012）利用 eBay 平台上的交易数据，发现地理距离对跨境电商的影响比对传统贸易的影响小 65%。Fan（2018）通过研究阿里巴巴平台上的数据，发现在线交易的距离弹性仅为线下交易的 1/3，这与在线交易受距离的影响小于线下交易受到的影响是一致的。其次，来自较小和更偏远市场中的消费者更愿意将其支出的较大份额用于在线商品的消费。

（二）减少交易环节

跨境电商平台核心优势在于减少中间环节，提升供应链效率。如图 1 所示，在跨境电商模式中，境外进口商和分销商环节被去除，生产商直接与消费者或零售商进行贸易，大大缩短交易链条。

在跨境电商平台模式下，流通链路更短，响应更及时，企业越过多层中间商直接与终端消费者进行贸易，缩短整个供应链，从而减少渠道费用加成，提高企业利润率，在降低交易成本的同时大大减少消费者等待时间。企业寻找客户、售前沟通、线上支付、通关结汇等均可在跨境电商平台上完成，避免中间环节被各种中间商和代理商压榨利润，大幅降低交易成本，有助于提升中小企业经营效率和利润空间，激

发中小企业活力。跨境电商平台更加透明的交易信息进一步降低信息不对称造成的贸易风险。因此，跨境电商平台模式具有时空、速度、低成本等传统贸易没有的优势，通过减少交易环节提高企业运作效率，进而增加企业竞争优势。

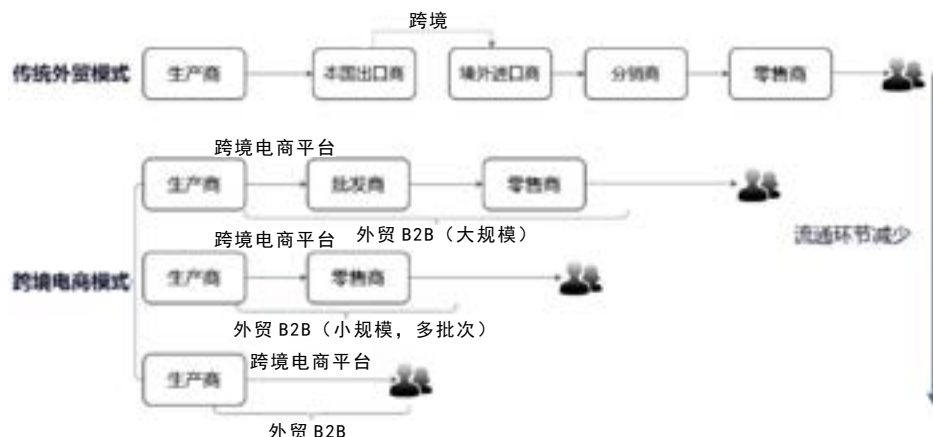


图 1 跨境电商与传统外贸模式流程对比

资料来源：艾瑞咨询。

（三）创新贸易模式

跨境电商平台作为新型贸易中介，集电子商务和国际贸易于一体，对传统国际贸易模式和国际贸易格局带来巨大冲击和挑战。借助大数据、物联网、人工智能等数字技术，跨境网络零售与跨境快速物流正成为货物贸易和服务贸易的重要组成部分，推动更多中小企业和发展中国家直接参与国际贸易，促使更多优质产品进入全球贸易市场，形成了消费驱动的国际贸易格局。这种创新的贸易模式既推动外贸转向差异化竞争，又促进全球贸易包容性增长。二者的差异主要体现在交易环节、产业链条、运营成本、产品差异等方面（鄂立彬和黄永稳，2014）。首先，跨境电子商务打破国家间的较多障碍，大幅降低国界对国际贸易的限制作用，进一步加快经济全球化。其次，数字化网络技术将贸易企业、金融机构、海关、运输等相关部门紧密联系起来，实现全天候交易和无纸化贸易。再次，小单化、多批次的跨境网络零售推动跨境物流朝着更加快速、更加多样的方向变革。最后，跨境电商平台促进外贸方式向直销转型，外贸企业向小单、多生产模式、品牌和产品创新转型（任志新和李婉香，2014）。长期来看，这种模式能帮助发展中国家降低交易成本，提高国际贸易中的订单数量等（Terzi，2011），更有利于发展中国家。

（四）加强贸易网络化

经济主体通过跨境电商平台被广泛连接在一起（Overby and Forman，2015），促使贸易活动从物理空间为主转向线上线下并重发展，大幅提升了贸易机会和私人边际收益，极大加强了国际贸易网络化。鉴于跨境电商平台在贸易成本、交易流程、支付方式、售后服务等方面占有明显优势，越来越多的消费者和中小企业采取线上

交易方式,使发展中国家、中小企业能方便快捷地进入国际市场并参与竞争,实现与发达国家和大企业均等的贸易机会。一方面,各类跨境电商平台助推全球消费在线化程度不断扩大,商品贸易流通链条更加畅通,商品种类更加丰富,不断促进中小企业和发展中国家贸易全球化和消费者消费全球化。另一方面,随着现代物流业不断发展和完善,贸易活动不断扩展至更远市场,进一步扩大市场空间,大大提高贸易网络化程度。

(五) 扩大服务贸易

跨境电商平台作为对外贸易增长新引擎,有利于扩大服务贸易规模和提高效益、优化服务贸易结构和提升层次、增强外向型服务企业的整体竞争力(朱贤强等,2020)。第一,在服务贸易规模方面,首先,跨境电商平台凭借低成本、专业化的特征赋能传统贸易中处于弱势地位的中小企业,将服务产品销往全球各地。其次,跨境电商平台依托大数据分析、人工智能等技术降低面对面的接触成本,促使众多在传统贸易模式下难以提供的服务变得可贸易化,促进在线医疗、远程教育、跨国咨询、视频会议、线上直播等知识密集型服务贸易的蓬勃发展。最后,跨境电商平台催生服务贸易领域的长尾效应,中小企业借助跨境电商平台提供差异化、多元化的服务产品,满足全球消费者的异质性需求,从而开拓服务产品尾部的国际市场。第二,在服务贸易效率方面,跨境电商平台最大限度地汇集服务贸易双方的交易信息,降低信息不对称和信用风险;大幅缩短服务贸易各环节的交易时间,提高贸易效率。第三,在服务贸易结构方面,跨境电商平台推动第三方支付等跨境支付体系的兴起,拓展了金融服务贸易的内涵;跨境电商平台催生现代物流服务贸易新模式,促进了物流服务贸易快速发展;跨境电商平台促使技术和知识等生产要素的大规模跨国流动,带动了技术和知识服务贸易的发展。第四,在服务企业竞争力方面,面对语言、文化、法律等诸多方面的差异,跨境电商平台交互性更强、反馈更及时、个性化服务更专业,能够有效降低贸易摩擦发生的可能性,提高中小服务贸易企业的国际竞争力。

四、跨境电商平台与全球普惠贸易:典型事实和发展趋势

(一) 典型事实

1. 跨境电商平台推动贸易规模持续扩大

第一,全球跨境电商市场持续扩大。近5年来,全球B2C跨境电商交易规模增长率持续走高,预计2020年将突破9,940亿美元。根据Forrester预测,未来4年跨境电商增速将超过境内电商,其中40%的网络消费者会定期从海外购买商品。^①

^① https://www.sohu.com/a/240277265_100055509/.

2019年欧洲的跨境互联网交易总营业额达到1,087.5亿欧元,同比增长14.4%,跨境贸易占欧洲线上交易总销售额的23.55%,相对于2018年(22.8%)稳步提升。^①

第二,中国跨境电商市场持续扩大。在交易规模方面,整体规模从2014年的4.2万亿元增加至2019年的10.5万亿元,复合增速达到20.11%,但同期传统进出口贸易额增速有高有低,在2015年和2016年甚至出现负增长(图2)。在渗透率方面,如图3(a)所示,从2014年的15.9%提升至2019年的33.29%;在进出口结构方面,如图3(b)所示,主要以出口为主,中国跨境电商出口企业超过20万家,业务已经覆盖全球200多个国家和地区。

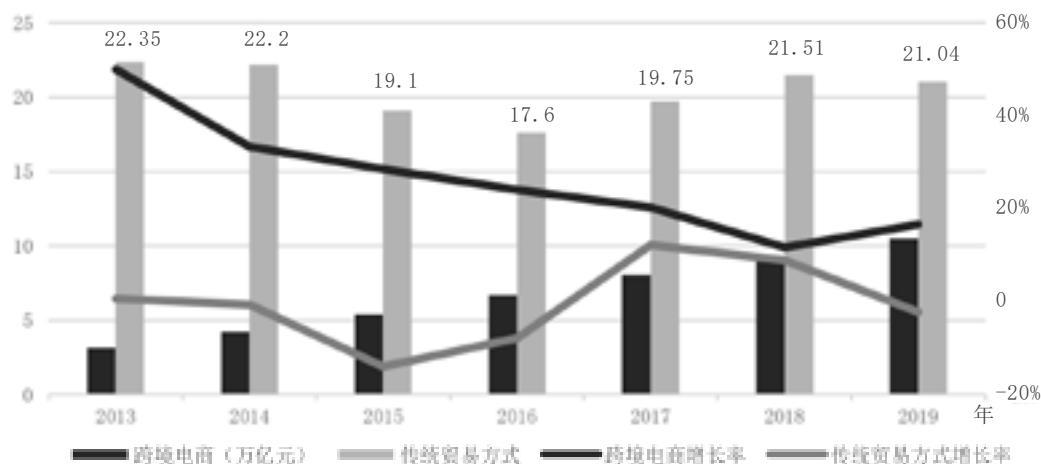


图2 中国跨境电商与传统贸易方式对比

数据来源：海关总署。

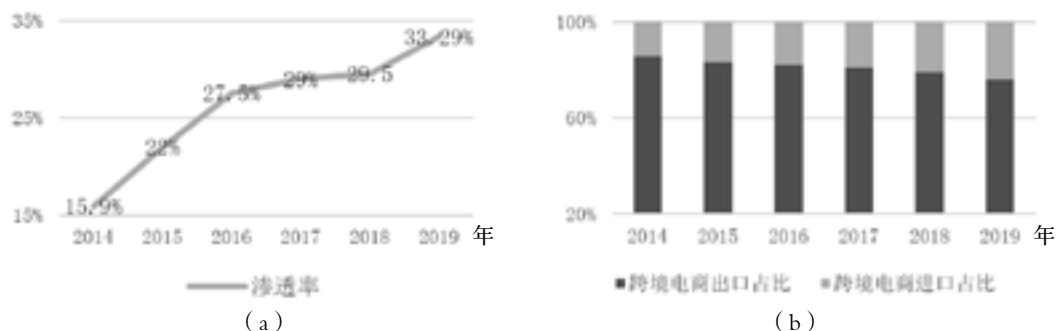


图3 中国进出口跨境电商渗透率及出口和进口跨境电商占比

注：渗透率为跨境电商进出口总额占外贸进出口总额的比重，跨境电商出口占比为跨境电商出口占跨境电商进出口总额的比重，跨境电商进口占比为跨境电商进口占跨境电商进出口总额的比重。

数据来源：海关总署。

2. 跨境电商平台赋能更多中小企业参与国际贸易

一方面,在普惠贸易模式下,更多中小企业直接参与国际贸易。在全球范围内,

^① https://www.sohu.com/a/406026715_120724730.

2019 年共有 120 万个新卖家加入亚马逊平台,即每天有 3,287 个新卖家,不到 1 分钟就有 1 个新卖家通过亚马逊平台开始参与国际贸易,且新入驻的卖家中有 90% 以上是中小企业和个体经营者。^①根据亚马逊中小企业影响报告,2019 年英国中小企业产品的 60% 出口到世界各地,销售额超过 27.5 亿英镑,其中苏格兰中小型企业数量增加了约 1/3,威尔士、北爱尔兰和英格兰分别增加 20% 以上。eBay 在推出全球运输计划(GSP)后,^②出口销售额增加了 2.9%,这种增长完全来自 eBay 上的小型卖家,而且完全来自于出口的扩展边际(即来自于新的出口商或新的目的国),对于更遥远的国家和差异更大的产品来说,其出口增长幅度更大(Xiang, 2019)。另一方面,中国中小企业借助跨境电商平台积极拓展海外市场,根据 Marketplace Pulse 的数据显示,2017~2018 年亚马逊平台 100 万新增卖家中至少 40% 来自中国;2021 年 1 月亚马逊四大核心市场(美国、英国、德国和日本)中有 75% 的新卖家来自中国;以亚马逊美国站为例,中国卖家的份额从 2019 年的 28% 增加到 2021 年的 63%。中国的政策也持续加强对跨境电商的支持力度,中国已设立 105 个跨境电商综合试验区,全面支持企业共建共享海外仓,进一步推动中小企业“出海”。

3. 跨境电商平台推动国际贸易模式不断创新

第一,跨境电商平台服务多元化。阿里巴巴国际站以大数据、云计算为基础,整合阿里巴巴经济体内外生态资源,为全球中小企业在跨境贸易领域提供支付、结算、通关、物流、财税、金融等一站式解决方案,有效降低国际贸易成本,目前已覆盖全球 190 多个国家,服务买家数超过 1,000 万,服务卖家数超过 15 万,出口金额超过 1,000 亿美元。^③在供给端,以 1688 跨境专供为代表的数字化供应链平台拥有超过 4,000 万的商品池,产品覆盖全球及各细分区域的热销种类,跨境电商平台速卖通基于全球海量的消费者数据,有效对接 1688 跨境专供等数字化供应链平台,深度融合全球消费者数据和国内优质供应链,能够让中国商品更匹配全球消费者的需求。第二,跨境社交电商快速发展。移动互联网的飞速发展催生出“互联网+社交”的新型跨境电商模式。凭借积累的大量用户和高转换率吸引众多传统跨境电商平台进入,也为中小企业参与国际贸易提供更便利的渠道。例如,跨境电商平台速卖通联手俄罗斯社交软件 VKontakte 深耕社交电商,Instagram、Twitter、Facebook 和抖音国际版(TikTok)等社交平台已纷纷上线购物模块。

(二) 全球普惠贸易发展趋势

在新时代,跨境电商平台借助大数据、物联网、人工智能等数字技术兴起实现

① <http://www.100ec.cn/index/detail--6584046.html>.

② GSP是eBay代表卖家办理清关和国际物流运输,通过统一国内外销售程序,使得卖家不再需要为在eBay上学习出口程序、海关法规和全球贸易物流而支付初始进入成本。

③ <https://xueqiu.com/1086335213/158057330>.

高效快速发展，卖家和消费者数量逐年攀升，贸易规模和贸易范围逐年扩大，促使全球贸易普惠性不断扩展和延伸，全球开启“云上生活”，在线化、数字化成为新常态。在数字技术驱动下，跨境电商平台促进全球普惠贸易发展呈现以下趋势。

1. 全球贸易日趋平台化

一方面，随着互联网在全球范围内的普遍应用，跨境电子商务快速发展，催生出各类跨境电商平台，进一步推动全球贸易平台化、电子化和无纸化。1995年，美国的第三方拍卖平台eBay成立；1999年，阿里巴巴成立；2001年，一达通成立；截至2020年底，已有上百个跨境电商平台服务全球消费者和外贸企业。跨境电商平台也从单一的信息展示服务转向宣传、交易、支付等多元化的服务。另一方面，平台数据作为一种新的生产要素，是企业走向全球化的宝贵资源。通过分析平台数据，企业能更深入了解消费者偏好和需求，借助在线评价系统，消费者能更全方位地考量卖家质量和产品信息，有效降低交易双方的信息不对称程度，提升交易效率。因此，伴随着跨境电子商务市场规模的快速扩张，涌现出各种跨境电商平台，推动更多企业进行线上贸易，形成巨大的平台经济效应，反过来又进一步推动跨境电子商务市场规模的扩大，形成良性循环。

2. 全球贸易日趋普惠化

跨境电商平台给中小企业和发展中国家进入国际贸易领域带来发展机遇，推动中小型外贸企业转型升级和更多中小企业直接参与国际贸易。第一，在发展深度方面，跨境电商平台引领中小企业转型升级。一方面，企业直接面对消费者或海外经销商，优化了供应链，减少了中间商，提升了利润空间，使自身地位从全球价值链的低端向中高端攀升，有助于实现企业全球网络化布局。另一方面，借助外贸综合服务平台将报关、运输、退税等业务外包，使得企业有更多时间和精力专注于产品研发和品牌建设。第二，在发展广度方面，依托跨境电商平台，企业全球化的门槛降低、不确定性风险降低，国际竞争力提升，使得更多中小企业和发展中国家参与到国际贸易中。过去5年，亚马逊平台上的中国卖家规模增长9倍，其中美国站点的中国卖家占比约41%，欧洲站点的中国卖家占比更高，2017~2019年完成品牌注册的中国卖家数量增长高达10倍。^①

3. 全民消费日趋全球化

普惠贸易模式下，消费者通过跨境电商平台购物的比例不断增加，消费者福利得到提升。首先，越来越多的消费者参与跨境网购。据艾媒咨询数据显示，2018年全球跨境网购普及率达51.2%，其中，中东地区有70%的网购消费者使用跨境电商平台购买过产品，加拿大为63%，澳大利亚为80%。其次，消费者借助跨境电商平

^① <http://news.eastday.com/eastday/13news/auto/news/finance/20200812/u7ai9441030.html>.

台提升自身福利水平。各类跨境电商平台的出现不仅增加了消费者购买国外商品的渠道,也丰富了商品种类,充分满足了消费者的个性化需求。根据艾瑞咨询 2018 年对中国消费者的调查数据,48.6% 的用户认为海外产品使生活更具品质感,44.2% 的用户认为海外产品让生活更安全,34.8% 的用户认为海外产品让生活幸福感更强。在全球消费升级的大背景下,个性化、高品质的消费需求日益凸显,跨境电商平台凭借自身独特的优势,能够充分满足消费者的偏好和需求,进一步刺激消费全球化。

五、全球普惠贸易发展面临的挑战和政策建议

跨境电商平台为中小企业和发展中国家赋能的同时也面临一系列严峻挑战,比如专业人才短缺、基础设施不完善、企业信息化运营水平低等。尤其在当今错综复杂的世界政治经济形势下,很多国家实行贸易保护主义政策,逆全球化趋势显现,这将导致国际贸易壁垒增多,给跨境电商平台和全球普惠贸易带来诸多挑战。

(一) 严峻挑战

1. 国际贸易监管体系不完善

跨境电商平台模式下国际贸易监管体系面临来自税收、监管流程等多方面更大的不确定性。一方面,在传统国际贸易中,国际货物买卖双方都有相对固定的贸易监管方式。但是,针对跨境电商平台上的中小企业和个人,传统的国际贸易监管没有一个便利的流程,这增加了中小企业的贸易成本,阻碍了全球普惠贸易进一步拓展。另一方面,小单化、多频次的交易特点给各国海关和政府监管带来一系列挑战,要求各国政府加强合作,基于跨境支付、监管程序、关税等整个产业链上的各环节进行整体创新。

2. 数据跨境流动管理标准差异大

跨境数据面临着高效流动和隐私保护的双重难题。一方面,只有数据实现跨境流动、全球共享,企业才能通过分析数据获悉消费者行为,制定精准的营销策略;另一方面,消费者数据保护也至关重要,一旦发生数据泄露,将会严重损坏企业信誉和消费者利益。目前各国在跨境数据流动规范方面存在诸多不同,这给跨境电商交易带来诸多不便,甚至导致交易纠纷。因此,如何实现数据自由流动的同时又有效保护个人数据不被滥用是互联网时代全球贸易面临的挑战。

3. 跨境物流发展滞后

跨境物流普遍存在的问题是时效长、不确定风险高。相比于国内物流,跨境物流的运输距离更长,运输环境更复杂,因此在运输过程中面临恶劣天气和地区冲突等不确定风险更高。大企业采用海外仓库一定程度上解决了物流时效问题,但对于刚进入的中小企业,面临着诸多不确定因素,如产品销量不确定、利润低等问题,必须考虑海外仓成本,因此这在一定程度上增加刚进入中小企业的贸易成本。因此,

当前跨境物流发展存在滞后性，未能有效匹配快速发展的跨境电商市场，需要进一步创新跨境物流模式。

4. 企业品牌化发展观念欠缺

国际贸易进入门槛降低同时意味着低质量和无品牌产品进入全球市场，带来诸如侵犯国外知识产权等问题。很多中小企业由于自身规模小、产品附加值低、抵御风险能力弱等原因，采取跟卖平台上热销商品的策略，这将导致大量无品牌、质量不高的商品出现在跨境电商平台上，很容易引发投诉和知识产权纠纷。中国电子商务研究中心 2013 年调查表明，61.5% 的跨境电子商务被调查企业表明遇到过知识产权侵权纠纷。因此，中小企业应从长远利益出发，持续重视和不断提高知识产权意识，进行产品创新，走品牌化发展道路，打造企业核心竞争力。

针对全球普惠贸易发展面临的诸多挑战，为进一步发挥跨境电商平台对全球普惠贸易发展的促进作用，政府和企业都应积极应对变化，适时做出调整，营造更适应跨境电商平台和中小企业发展的内部和外部环境。

（二）政策建议

1. 完善法律法规

复杂的海关程序诸如报关、纳税、结汇和退税等严重制约跨境电子商务和全球普惠贸易的长远发展。我国政府可推广上海自贸区先行先试政策，协调海关、国税局和检验检疫局等众多部门，充分考虑跨境电商交易的典型特征，完善法律法规，出台适应跨境电子商务发展的通关服务、财税、金融等优惠政策，如允许出口货物异地监管、设立跨境电子商务发展专项资金、加快电子商务出口公共服务平台建设等，以更好推进全球普惠贸易的快速发展。

2. 加强跨境电商国际合作

应加强与其他各国政府部门间的交流合作，推动相关监管体系和数据跨境流动规则进一步完善。比如，我国政府部门应积极参与相关跨境电商国际峰会和项目谈判，探索全球跨境电子商务跨境监管合作的新对策，在税收优惠、关税优惠、数据安全、数据跨境流动规则等方面加强沟通合作，共同拓展贸易发展空间，实现合作共赢，推动全球普惠贸易健康有序发展。

3. 重视跨境电商人才培养

政府应重视和加强跨境电商专业人才培养。在跨境电商快速发展和传统行业就业形势日趋严峻的现状下，鼓励各高校开展有关电子商务、网络营销、语言文化、国际物流、跨境支付等方面的专业人才培养，扶持高校或企业设立跨境电子商务人才培养基地。通过构建专业化的培训体系和培训机构，培养大批跨境电商专业人才，满足市场需求，在推动经济增长的同时有效缓解就业压力。

4. 推动跨境物流模式创新

基于不同国家、不同商品的具体情况，综合应用多种物流模式实现聚合效应。

中小企业可采用第三方公司的海外仓或跨境平台的仓库以及在重要节点城市建设海外仓,并与大型跨境电商平台实现数据对接,通过跨境电商平台大数据预测海外市场需求,在淡季物流压力较小、物流运费较低时提前备货至海外仓,在货物销售旺季时就近直接发货,以降低短时期的运输压力。同时建设智慧物流体系,应用机器人拣货、无人机派送等新式物流手段,提升疫情背景下的尾程送货能力。

5. 加强企业品牌技术创新

走品牌化发展之路,从容应对未知市场不确定性。中小企业应注重品牌建设,提升产品质量,借助跨境电商平台的网络外部性,走品牌化发展之路。在生产端,企业应以消费者为主,不断提升产品质量、推动产品创新。在营销端,企业应利用跨境电商平台、社交媒体和手机应用等多渠道加强宣传和推广,同时根据国内外市场变化,有针对性地选择创新方向和途径,强化知识产权意识,提升风险处置与防控能力。

参考文献:

- [1] 鄂立彬,黄永稳.国际贸易新方式:跨境电子商务的最新研究[J].东北财经大学学报,2014,(2).
- [2] 李向阳.跨境进口电子商务海关监管新政效能评估[J].上海经济研究,2017,(7).
- [3] 马述忠等.跨境电商的贸易成本降低效应:机理与实证[J].国际经贸探索,2019,(35).
- [4] 任志新,李婉香.中国跨境电子商务助推外贸转型升级的策略探析[J].对外经贸实务,2014,(4).
- [5] 施炳展.互联网与国际贸易——基于双边双向网址链接数据的经验分析[J].经济研究,2016,(5).
- [6] 王惠敏.跨境电子商务与国际贸易转型升级[J].国际经济合作,2014,(10).
- [7] 王健,巨程晖.互联网时代的全球贸易新格局:普惠贸易趋势[J].国际贸易,2016,(7).
- [8] 朱贤强等.跨境电商对我国服务贸易竞争力的影响及应对[J].经济纵横,2020,(6).
- [9] Anderson, P., Anderson, E. The New E-commerce Intermediaries[J]. MIT Sloan Management Review, 2002,(43).
- [10] Deng, Z., Wang, Z. Early-mover Advantages at Cross-border Business-to-Business E-commerce Portals[J]. Journal of Business Research, 2016,(69).
- [11] Duch-Brown, N., Martens, B. A New Perspective on the Exporter Productivity Premium: Online Trade[J]. Applied Economics Letters, 2018,(25).
- [12] Fan, J., et al. The Alibaba Effect: Spatial Consumption Inequality and the Welfare Gains from E-commerce[J]. Journal of International Economics, 2018,(114).
- [13] Freund, C. L., Weinhold, D. The Effect of the Internet on International Trade[J]. Journal of International Economics, 2004,(62).
- [14] Gomez-Herrera, E., et al. The Drivers and Impediments for Cross-border E-commerce in the EU[J]. Information Economics and Policy, 2014,(28).
- [15] Hensher, D. A., et al. Transport and Logistics Challenges for China: Drivers of Growth, and Bottlenecks Constraining Development[J]. Road and Transport Research, 2015,(24).
- [16] Hortaçsu, A., et al. The Geography of Trade in Online Transactions: Evidence from eBay and MercadoLibre[J]. American Economic Journal: Microeconomics, 2009,(1).
- [17] Lendle, A., et al. There Goes Gravity: How eBay Reduces Trade Costs[R]. CEPR Discussion Papers, 2012.
- [18] Lendle, A., et al. There Goes Gravity: eBay and the Death of Distance[J]. The Economic Journal, 2016,(591).
- [19] Ma, S., et al. Rise of Cross-border E-commerce Exports in China[J]. China & World Economy, 2018,(3).
- [20] Melitz, M. J. The Impact of Trade on Intra-industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity[J]. Econometrica, 2003,(6).

- [21] Overby, E., Forman, C. The Effect of Electronic Commerce on Geographic Purchasing Patterns and Price Dispersion[J]. Management Science, 2015(2).
- [22] Rodrik, Dani. Populism and the Economics of Globalization[J]. Journal of International Business Policy, 2017.
- [23] Shi, Y., et al. Analytics for Cross-border E-commerce: Inventory Risk Management of an Online Fashion Retailer[J]. Decision Sciences, 2020,(2).
- [24] Terzi, N. The Impact of E-commerce on International Trade and Employment[J]. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 2011,(60).
- [25] Wang, S., et al. Early Mover Advantage in E-commerce Platforms with Low Entry Barriers: The Role of Customer Relationship Management Capabilities[J]. Information & Management, 2016,(2).
- [26] Xiang, Hui. Facilitating Inclusive Global Trade: Evidence from a Field Experiment[J]. Management Science, 2019.
- [27] Zhang, Z., Figliozzi, M. A. A Survey of China's Logistics Industry and the Impacts of Transport Delays on Importers and Exporters[J]. Transport Reviews, 2010,(30).

Cross-border E-commerce Platform and Global Inclusive Trade: Theoretical Mechanism, Typical Fact and Policy Recommendation

ZHANG Hongsheng ZHANG Xiaolong

Abstract: The high entry costs, complicated custom procedures and high risk costs in traditional international trade model restrict SMEs from directly participating in trade. Information technology has spawned the emergence of various cross-border e-commerce platforms. The COVID-19 has accelerated the strong rise of the digital economy and digital trade. Cross-border e-commerce platform, as a new type of trade intermediary, attracts a large number of small and medium-sized sellers to move in and promote the inclusive growth of global trade. Therefore, this paper focuses on the analysis of the theoretical mechanisms and typical facts behind cross-border e-commerce platform promoting the global inclusive trade development. We find that cross-border e-commerce platforms have obvious advantages in terms of trade costs, transaction procedures, model innovation and services trade. Global inclusive trade presents an all-round, multi-level and wide-ranging development trend. Global inclusive trade faces many internal and external challenges. Based on the above findings, further targeted policy recommendations are put forward.

Keywords: cross-border e-commerce platform; inclusive global trade; new trade intermediary; SMEs

(责任编辑: 梁丽华)